

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT BELI  
KONSUMEN UKM KRIPIK TEMPE DI DUSUN PANDAN DESA  
SEKARMOJO KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA (S1)**



**KHILMIMAULANA**

**201969070017**

**PROGAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen UKM  
Kripik Tempe di Dusun Pandan Desa Sekarmojo Kecamatan Purwosari  
Kabupaten Pasuruan

Disusun oleh : KHILMI MAULANA

Nim : 201969070019

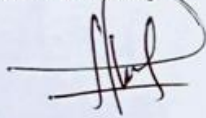
Program studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan disetujui

Pasuruan , 27 juli 2023

**MENYETUJUI**

Dosen Pembimbing



Teguh Sarwo Aji, SP.,M.MA  
NIP.Y 0690202002

Kaprodi Agribisnis



Desy Cahyaning Utami, SP.,MP  
NIP.Y 0691109026

## TANDA PENGESAHAN

JUDUL : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen UKM Kripik Tempe di Dusun Pandan Desa Sekarmojo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan

NAMA : KHILMI MAULANA

NIM : 201969070017

PRODI : AGRIBISNIS

## DINYATAKAN LULUS

Penguji I



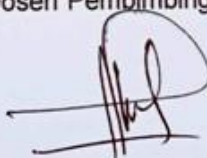
Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr  
NIP.Y 069.11.09.023

Penguji II



Rr. Sri Karuniari N, SP., M. MA  
NIP.Y 0691408033

Dosen Pembimbing



Teguh Sarwo Aji, SP., M., MA  
NIP.0690202002

**MENGESAHKAN**

Kepala Program Studi Agribisnis



Desy Cahyaning Utami, S.P., MP  
NIP.Y 069.11.09.026

Dekan Fakultas Pertanian



Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr  
NIP.Y 069.11.09.023

## HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KHILMI MAULANA

NIM : 201969070017

Fakultas : PERTANIAN

Program Studi : AGRIBISNIS

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN UKM KRIPIK TEMPE DI DUSUN PANDAN DESA SEKARMOJO KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sbagai tulisan atau pemikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.



***SKRIPSI INI SAYA TUJUKAN  
KEPADA:  
AYAHANDA DAN IBUNDA TERCINTA SERTA ADIK”***

## ABSTRAK

**Khilmi Maulana.** 2023. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen UKM Kripik Tempe di Dusun Pandan Desa Sekarmojo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. Dibawah bimbingan Bapak Teguh Sarwo Aji, SP., M. MA

Strategi pemasaran adalah langkah yang harus diikuti oleh setiap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen ukm kripik tempe berlabel bule.

Untuk mendapatkan data yang di perlukan tersebut dengan cara melakukan observasi, wawancara pada pihak ukm kripik tempe seperti halnya pemilik UKM, pegawai, konsumen.

Hasil penelitian yaitu strategi pemasaran kripik tempe dalam menarik minat konsumen ukm kripik tempe di dusun pandan dengan cara melakukan memenejemen produk, harga, pelayanan, pemasaran. Dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi yang efektif juga dengan melakukan perhitungan SWOT.

Kripik tempe yang di perjual beilkan berkualitas baik. Barang yang ditawarkan relatif terjangkau bagi masyarakat promosi yang dilakukan melalui online dan offline. Mengenai varian rasa mempunyai dua varian. Dampak adanya ukm tersebut bernilai positif bagi masyarakat seperti membuka lapangan pekerjaan, mengurangi jumlah pengangguran, menambah pemasukan.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, kripik tempe, ukm, analisis swot

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat serta karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berbentuk skripsi setelah mengikuti proses belajar, pengumpulan data, pengolahan data, bimbingan sampai pada pembahasan dan pengujian skripsi dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen UKM Kripik Tempe di Dusun Pandan Desa Sekarmojo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan karena keterbatasan dan kendala yang dihadapi. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun kearah penyempurnaan pada usulan penelitian ini menuju skripsi sehingga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Romo K.H Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa serta pendiri Pondok Pesantren Ngalah yang selalu membimbing kami semua, baik bimbingan jasmani maupun bimbingan rohani.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadho,S.E., M.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Bapak Teguh Sarwo Aji ,SP., M. MA selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis selama belajar di Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan
4. Untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda Abdul Muizin dan Ibunda Rodiyah yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan mengiringi setiap langkah penulis dengan doa restu yang tulus serta takhenti-hentinya memberikan dukungan baik secara moral maupun materi
5. Kepada Bapak Agus selaku pemilik UKM kripik tempe yang telah

banyak memberikan pengetahuan dan informasi terkait penelitian

6. Teman Teman yang telah memberi semangat kepada penulis dalam proses menyusun proposal ini.

Akhir kata Penyusunan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi kedepannya.

Pasuruan, 12 Maret 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar ISI .....	lii
Daftar Tabel .....	iv
Daftar Gambar .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II RINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.2. Konsep Pemasaran.....	10
2.3. Bauran Pemasaran .....	11
2.4. Strategi Pemasaran .....	14
2.5. Strategi Pemasaran Meningkatkan Pendapatan.....	19
2.6. faktor Penting Dalam Strategi Pemasaran .....	21
2.7. Pemasaran Online .....	22
2.8. Pemasaran Offline .....	26
2.9. Etika Bisnis .....	28
2.10. Minat Beli .....	30
2.11. Kerangka Pikir.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	34

3.2. Lokasi Penelitian.....	34
3.3. Variabel Penelitiandan Pengukuran.....	34
3.4. Populasidan Sampel.....	35
3.5. Pengumpulan Data.....	35
3.6. Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Data .....	38
4.2. Analisis Strategi Pemasaran .....	39
4.3. Analisis Pemasaran Metode SWOT.....	45
4.4. Dampak UKM.....	54
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Saran.....	59

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Tabel penjualan keripik tempedi Ds. Sekarmojo Dsn. Pandan....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2. Analisis SWOT perbandingan factor internal dan eksternal .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3. Faktor Internal.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. Analisis Kekuatan.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 5. Analisis Kelemahan.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 6. Faktor Eksternal .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 7. Analisis Peluang.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 8. Analisis Ancaman.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 9. Matrik.....</b>	<b>52</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	33
-----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Analisis SWOT (kekuatan).....	63
Lampiran 2. Analisis SWOT (kelemahan).....	63
Lampiran 3. Analisis SWOT (peluang) .....	64
Lampiran 4. Analisis SWOT (ancaman).....	64
Lampiran 5. Dokumentasi produk.....	65